1

La relance et le recouvrement amiable. Données de base

1 *Comment définir « recouvrer » et « relancer » ?*

Pour bien comprendre les rôles respectifs de la relance et du recouvrement amiable, il importe de les définir.

Recouvrer est une action justifiée

Recouvrer signifie récupérer, retrouver ce qui vous appartient, qui vous revient.

Il est ainsi possible de recouvrer la santé, la liberté, les forces perdues.

Recouvrer, ici, c'est recevoir le juste paiement d'une somme due.

Chaque mot compte.

Le paiement est reçu, donc effectué sans violence et sans contrainte.

La somme est due. Il s'agit non pas d'une sanction infligée mais de l'aboutissement normal d'un contrat. Cette bonne pratique augure de la relation qui se poursuivra avec fidélité entre le fournisseur et son client.

Il faut prendre garde à ne pas confondre « recouvrer » avec son voisin « recouvrir ». Certains correcteurs automatiques d'ordinateurs remplacent à chaque occurrence recouvrer par recouvrir. Le logiciel ne connaissant que le verbe recouvrir le substitue à recouvrer. Il arrive aussi que de pauvres humains fassent la même confusion que les logiciels !

Or, les deux mots n'ont pas du tout le même sens. Recouvrer, c'est retrouver tandis qu'au contraire, recouvrir c'est couvrir complètement, donc dissimuler et cacher.

Le jeu de mots serait facile à propos de certaines entreprises qui ont l'habitude de recouvrir – du voile de l'oubli et de la négligence – leurs impayés. Au lieu de les recouvrer.

Le recouvrement peut s'effectuer de trois manières au stade amiable :

- directement par l'entreprise elle-même ou l'un de ses préposés ;
- pour le compte de l'entreprise, par un tiers, professionnel obligatoirement habilité, qui agira en vertu d'un mandat ;
- par un nouveau créancier substitué au premier – le terme technique est subrogé – à l'issue par exemple d'une opération d'affacturage, d'escompte ou d'assurance-crédit. Le subrogé agit alors pour son propre compte et non pour le compte du créancier initial.

La jurisprudence englobe dans le recouvrement toutes les opérations qui y contribuent. Notamment la relance.

Relancer les impayés, c'est relancer sa propre entreprise

Relancer quelqu'un c'est, après l'avoir sollicité, insister ensuite, parfois à plusieurs reprises, jusqu'à obtenir le résultat escompté.

Le verbe « insister » démontre la pugnacité et l'énergie nécessaires et caractérise la démarche engagée par le fournisseur auprès de son client débiteur.

Le statut de débiteur est provisoire. Le fournisseur ne doit jamais perdre de vue qu'il a d'abord affaire à un client, ce qui implique un climat positif tout au long de la relation.

La relance s'effectue de trois manières :

- relance en face à face avec le client ;
- relance par téléphone ;
- relance écrite.

Les nouvelles technologies telles que Skype, e-business, vidéoconférence, ouvrent de nouvelles possibilités de rapidité et d'efficacité. Elles vont certainement se développer dans les prochaines années.

Relancer a aussi le sens de faire redémarrer.

Or, il faut garder en mémoire cette information : les impayés et retards de paiement sont les principales causes de défaillance des fournisseurs en Europe. Relancer les impayés c'est d'abord relancer, c'est-à-dire faire repartir, sa propre entreprise !

2 *Quand le recouvrement est-il amiable ?*

Recouvrer ce n'est pas seulement se faire payer

Il a fallu attendre les années 1990 pour parvenir à une définition (incomplète !) du recouvrement amiable par la jurisprudence. Jusque-là, ce recouvrement amiable même lorsqu'il était réalisé par des sociétés spécialisées, s'exerçait hors de toute réglementation.

C'est en fixant les conditions d'exercice des professionnels du recouvrement amiable, en définissant les limites et la déontologie de leurs professions, que l'on y est parvenu.

Par son arrêt du 15 mars 1996, la cour d'appel de Paris a donné une définition extensive du recouvrement amiable : « Le recouvrement de créances consiste à mettre en œuvre tous les moyens matériels tels que l'envoi de lettres sous toutes formes, d'appels téléphoniques ou autres ou de démarches auprès des débiteurs pour les amener à payer ».

La nouveauté est que le recouvrement ne se définit plus seulement par la récupération des sommes dues mais englobe désormais la mise en œuvre des divers moyens propices à ce résultat.

Mieux : la cour reconnaît en quelque sorte la tentative de recouvrement qu'elle englobe dans sa définition. Elle n'exige même plus le paiement final. Il y a recouvrement dès que l'on incite par tous moyens le débiteur à payer. Il y a recouvrement même si l'on ne parvient pas à ce résultat du moment que l'on a tenté des efforts pour y parvenir.

Le recouvrement amiable se définit *a contrario*

En droit, une solution amiable est celle qui fait appel à la conciliation, à l'accord des volontés plutôt qu'au jugement ou à la force publique.

Le mot amiable est né en France au XV^{e} siècle. C'est l'anagramme de aimable. Les parties recherchent un accord de plein gré.

La dimension positive de la démarche est forte : on parvient à un accord, pas à une exécution sous la contrainte.

Or la notion de recouvrement amiable n'est nullement définie, même par l'arrêt précité de la cour d'appel de Paris.

Tout simplement le recouvrement est amiable lorsqu'il n'est ni judiciaire, ni forcé.

Le recouvrement amiable, tant qu'il demeure tel, exclut toute procédure judiciaire. À l'extrême, le fournisseur osera invoquer les tribunaux comme menace ou moyen de pression.

La recherche commune d'une solution amiable permet de conserver un lien personnel avec le client, ce qui favorisera l'accord de gré à gré et la poursuite de relations positives dans l'avenir.

3 *Avec quelles informations commerciales peut-on optimiser le recouvrement ?*

Recouvrer les impayés n'est pas le métier de base du fournisseur.

Gérer son risque client et ses recouvrements exige donc des moyens. Le fournisseur doit rechercher un maximum d'informations commerciales préalables sur ses clients pour faciliter la mission de ses collaborateurs relanceurs.

Cette connaissance aidera à conduire le recouvrement. Munis de ces informations, les services pourront s'assurer de l'identité du client, de son patrimoine, de ses résultats, de ses habitudes de paiement. Ils sauront piloter leurs actions stratégiques conduisant au paiement total.

Trois sources d'informations commerciales : les sources internes, les sources légales et les informations sur la solvabilité fournies par des sociétés spécialisées vont les aider.

Les informations commerciales fournies en interne

En interne, le dirigeant peut utiliser ses services financiers et comptables pour découvrir les antécédents de paiement du client, se faire une idée de ses pratiques habituelles, connaître les retards et impayés éventuels, les acceptations et retours d'effets de commerce, déceler des signaux d'alerte.

Le fournisseur peut également recueillir les remontées d'information « terrain » de ses services commerciaux, techniques, SAV, etc. ; ceux-ci sont en contact permanent avec le client, donc en mesure de relever une multitude d'indications sur sa solvabilité : intérêt marqué par la concurrence, train de vie et apparence des sites, ordre et propreté de l'entreprise, état des stocks, moral des interlocuteurs, ambiance générale.

Les informations commerciales fournies en externe par les sources légales

Les greffes des tribunaux de commerce, voire des tribunaux d'instance ou de grande instance lorsqu'il n'existe pas localement de tribunal de commerce, sont une première source.

Sur le registre du commerce et des sociétés sont immatriculés les commerçants, les sociétés et les groupements d'intérêt économique. Le registre comporte de nombreuses informations mises à jour dont certaines peuvent être délivrées sous forme d'extraits K.bis.

Il existe un système national d'identification des personnes physiques et morales géré par l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE) : c'est le répertoire SIRENE. Chaque entreprise se voit attribuer un numéro de SIREN (sans E) pour son siège, un numéro de SIRET pour chaque établissement et un code APE (représentant l'activité principale). Le répertoire sert de base pour des investigations statistiques sur les entreprises.

Autres sources légales : l'Institut national de la propriété industrielle et commerciale (INPI), les chambres de commerce et d'industrie (pour les commerçants), les chambres des métiers (pour les artisans) et les journaux d'annonces légales tels que : *Bulletin officiel des Annonces civiles et commerciales* (BODACC), Bulletin officiel des Annonces légales obligatoires (BALO)

De plus en plus souvent ces informations sont accessibles en mode Télétel ou en mode Internet.

Les informations commerciales fournies en externe par les professionnels de l'information de solvabilité

Il est aussi possible de recourir à des prestataires spécialisés dans l'information de solvabilité. Citons la COFACE (Compagnie française d'assurance pour le commerce extérieur), Dun et Bradstreet, ORT, Pouey International.

Des assureurs crédit ou des factors, à côté de leur activité principale (remboursement des sinistres, achat de créances), peuvent fournir des informations financières.

Enfin la presse économique, riche d'analyses financières sur les sociétés, peut être consultée avec profit.

4 *Quel est le rôle d'une société de recouvrement amiable ?*

Les sociétés procédant au recouvrement pour le compte d'autrui ne peuvent le faire qu'après en avoir reçu mandat exprès par une convention écrite (décret n° 96-1112 du 18 décembre 1996). Ce sont des entreprises commerciales.

Le contrat exigé est le mandat. Le mandataire agit au nom et pour le compte du créancier et non pas en son propre nom.

Il est, de plus, interdit au mandataire de représenter son client dans le cadre d'une procédure judiciaire car cela irait à l'encontre du monopole des avocats. Le principe en a été rappelé par la Cour de cassation dans son arrêt du 21 janvier 2003.

Les règles édictées par le décret de 1996 (article 1) s'appliquent à l'ensemble des personnes qui exercent l'activité de recouvrement des créances, qu'elles soient physiques ou morales, que leur activité soit habituelle, occasionnelle ou même accessoire. On voit ainsi, à titre occasionnel ou accessoire certains agents financiers, agents d'assurance, conseillers financiers récupérer des impayés pour le compte de leurs clients.

Le contrat

Le créancier signe une convention écrite dans laquelle il donne pouvoir au mandataire de recouvrer pour son compte.

Cette convention doit préciser :

- chaque créance à recouvrer, son montant et son fondement ;
- la police d'assurance garantissant la responsabilité civile (RC) professionnelle du mandataire ;
- le mode de rémunération ;
- les conditions de reversement des fonds recouvrés.

La rémunération est librement fixée.

Elle est fixe ou variable. En général, elle consiste en un pourcentage sur les fonds effectivement recouvrés. Elle est à la charge du créancier car la loi exclut toute mise à la charge du débiteur de frais de recouvrement.

L'exercice de l'activité

Le premier courrier adressé au débiteur doit, en vertu du décret du 18 décembre 1996, mentionner toutes les informations nécessaires à éclairer le débiteur :

- sur le mandataire ;
- sur le créancier ;

- sur la dette, en principal, intérêts et accessoires à l'exception des frais qui restent à la charge du créancier ;
- sur la demande faite au débiteur de payer la somme due et sur les modalités de paiement proposées.

Hormis ces dispositions concernant la première lettre de relance, aucun texte ne réglemente les techniques permettant de faire payer le débiteur, notamment en matière de relance téléphonique.

Il convient pourtant de protéger le débiteur contre les pratiques abusives. Par exemple la sollicitation auprès d'une administration ou d'une banque d'information sur la situation patrimoniale du débiteur. La seule qualité de mandataire du créancier ne justifie pas cette intrusion.

Les visites domiciliaires abusives, les harcèlements téléphoniques, les menaces personnelles peuvent être considérées comme des voies de fait. Les documents écrits pouvant, par leur apparence, prêter à confusion avec des actes d'huissier, peuvent être pénalement sanctionnés.

5 *Y a-t-il d'autres acteurs du recouvrement amiable ?*

Il y a trois sortes d'autres acteurs.

Les acteurs intervenant au titre de leur statut professionnel

Les huissiers de justice peuvent procéder au recouvrement amiable des créances.

L'ordonnance du 2 novembre 1945 relative aux huissiers de justice leur donne la possibilité de recevoir mandat de recouvrer ou d'encaisser des créances.

Cette activité peut être exercée à titre principal.

Les huissiers de justice peuvent, lors du recouvrement, faire état de leur qualité. Leur statut d'officier ministériel crée parfois des risques de mélange des genres.

Les avocats peuvent, eux aussi, procéder au recouvrement amiable. La loi du 31 décembre 1971, qui définit la profession d'avocat, précise que l'avocat a pour mission, entre autres d'assister son client. C'est à cette fonction d'assistance qu'il convient de rattacher les activités extra-contentieuses telles que le recouvrement amiable des créances.

Cette activité peut être exercée à titre principal même si, dans la pratique, elle intervient souvent dans le cadre d'un procès.

Les acteurs intervenant dans le cadre d'une profession réglementée

Il s'agit de professionnels qui effectuent des actes de recouvrement en prolongement de leur activité principale.

C'est le cas des administrateurs de biens qui récupèrent des loyers impayés pour le compte de propriétaires dont ils gèrent les immeubles, ou encore des syndics de copropriété qui recouvrent pour le compte de la copropriété les charges dues par les copropriétaires.

Les acteurs intervenant pour leur propre compte

Les dispositions du décret du 18 décembre 1996 ne sont pas applicables à l'entreprise qui effectue elle-même le recouvrement ou le fait effectuer par ses services internes.

Pour autant, tous ces acteurs internes de la relance ne devront pas manquer de respecter spontanément les bonnes règles déontologiques imposées aux professionnels du recouvrement.

Il en va du climat positif de la relation avec le client.